



# Город как пространство культурной идентичности. Образы города

## Научно-проектная разработка

^ «Дизайн-концепция зеленого каркаса г. Иркутска (с разработкой системы благоустройства и элементов оборудования).  
Автор Н. Кобякова,  
рук. А. Н. Прокудин, Т. Ю. Смертина

текст  
**Ольга Железняк**

**Авторы проекта**  
профессор О. Железняк (руководитель),  
доц. С. Мурашова,  
В. Дейкун, А. Ладейщиков,  
А. Прокудин, Н. Попова,  
Т. Ерошенко, В. Акулов,  
О. Беседин, М. Дагданова,  
О. Копенкина, Т. Смертина,  
А. Дурасов, О. Игнатъева;  
старшие преп.  
М. Корелина, И. Дьяченко,  
А. Лукьянова и др.;

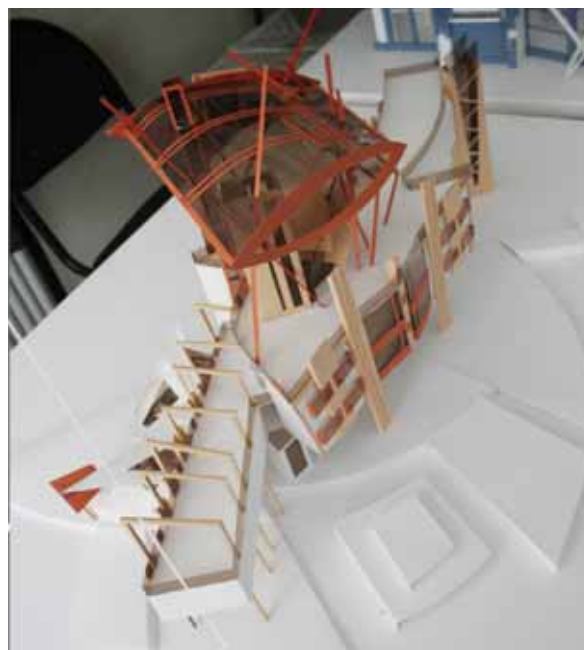
студенты кафедры дизайна  
М. Дородных, М. Тугарина,  
Е. Киселева, О. Киселева,  
И. Киселева, Ю. Рудых,  
А. Волосатова,  
Е. Ивернева, Е. Стасенко,  
М. Степанова,  
Ю. Корниенко,  
А. Топрикова, Н. Кобякова,  
Е. Герасимова,  
Ю. Кручинина,  
Е. Марченкова,  
И. Шестопалова, Е.  
Василевская,  
А. Сосунова, Л. Дурасова  
и др.

1. См. исследования  
Н. А. Хренова,  
О. А. Кривцуна,  
В. А. Колотаева,  
К. Л. Лукичевой и др.

> Проект малого общественного здания.  
Гостиница.  
Фото макета.  
Автор Е. Стасенко,  
рук. А. Ю. Ладейщиков, М.  
В. Корелина

Отнесение «идентичности» к категории духовных ресурсов, представление ее как «дополнительной ценности» формы, актуализация самой идеи проявления уникальности места через нахождение соответствий, задает новый взгляд на идентичность. Этот новый взгляд в ситуации, когда влияние национальных государств замещается влиянием транснациональных корпораций, когда происходит трансформация основных ценностей и архетипических представлений в картинах мироздания, позволяет рассматривать необходимость и потребность идентификации, отождествления себя с тем или иным комплексом культурных норм как важный для каждой истории и культуры акт осознания, обязательный шаг для выявления самобытности и индивидуальности личности или цивилизации в целом.

Актуальность обращения к художественно-проектной деятельности, к творчеству в целом при обсуж-



дении проблем идентификации во многом определяется тем, что процесс становления идентичности происходит под влиянием объективной реальности, с одной стороны, и коллективного воображения – с другой.

Художник-проектировщик, являясь создателем произведения искусства и «творцом новой социальности», одновременно оказывается «творцом коллективной идентичности», а смысл его произведения достигает эффекта коллективного мифа как регулятора массового сознания и мировосприятия. При этом художественно-проектная деятельность, выполняя миссию визуализации образов идентичности, обуславливает необходимость обращения к творческому процессу. Кроме того творчество, по мнению специалистов,<sup>1</sup> не только способно выступать достаточно эффективным орудием формирования и поддержания идентичности, но и способствует «выживанию народа, общества, типа цивилизации», благодаря «дару искусства» как социального института «творить искусством не только эстетические ценности, но саму жизнь».

Теоретические исследования и художественно-проектные разработки темы идентичности как системы, порождающей и определяющей образы города и качество среды, ведутся на кафедре дизайна по четырем базовым направлениям:

**1. Выявление специфических особенностей образа города как систем культурной идентификации, обеспечивающих культурную устойчивость территории и формирующих художественный облик:**

– **Ресурсы идентификации и традиционная сакральная культура**, формирование религиозно-обрядовых комплексов как систем культурной идентичности.

– **Средовые и предметно-пространственные комплексы** – способ идентификации среды, система приспособления пространственной среды «под себя»; форма отождествления, узнавания и проявления субъекта; как способ универсализации (и/или унификации) и персонализации среды.

– **Цвет как системы культурной идентификации;** цветосветовая среда города как особая система созда-

ния образов идентичности и отражения актуальных и традиционных представлений и картин мира.

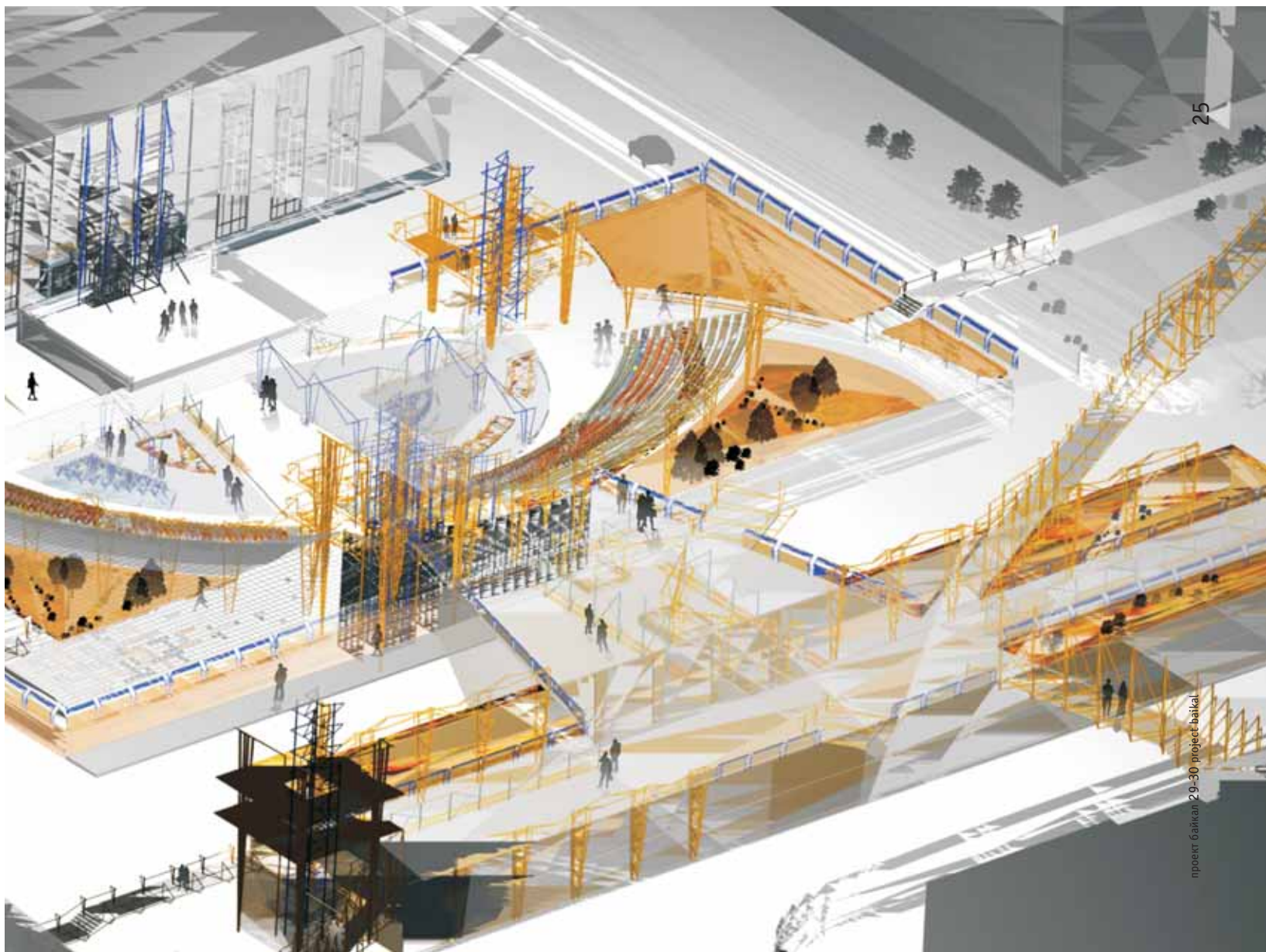
– **Городская реклама и рекламные технологии** как часть городской реальности, средства создания образов городской среды и городской коммуникации, способ визуального воздействия на целевую аудиторию.

По материалам раздела подготовлены две монографии, кандидатская диссертация, учебное пособие с грифом УМО, цикл статей (около 50), публикации в каталогах выставок и конкурсов (свыше 30), выполнены авторские проектные разработки (и реализации) по заявкам муниципальных учреждений и частных фирм города и области (более 60 разработок), материалы представлены на фестивалях, форумах и выставках различного уровня (всего более 90).

## 2. Развитие художественно-проектной культуры Сибирского региона и отдельных городов как спо-

> Праздничная среда как форма проявления корпоративной идентичности: «Фортуна. Фрагменты новогодней айдентики». Автор Е. Киселева, рук. О.Е. Железняк

v Презентационное пространство ИРГТУ. Автор М. Корелина, рук. О.Е. Железняк, А.Ю. Ладейщиков



Город как система освоенных мест: проект организации открытого городского пространства. Фото макета. Автор М. Степанова рук. А. Ю. Ладейщиков, М. В. Корелина

**соба создания жизнепригодного, художественно-привлекательного города, как формирование системы жизнеобеспечения города, как особой формы повышения качества жизни и создания имиджей урбанизированных и малонаселенных территорий** (теоретические представления \ концепции и их воплощения в образах предметно-пространственной среды):

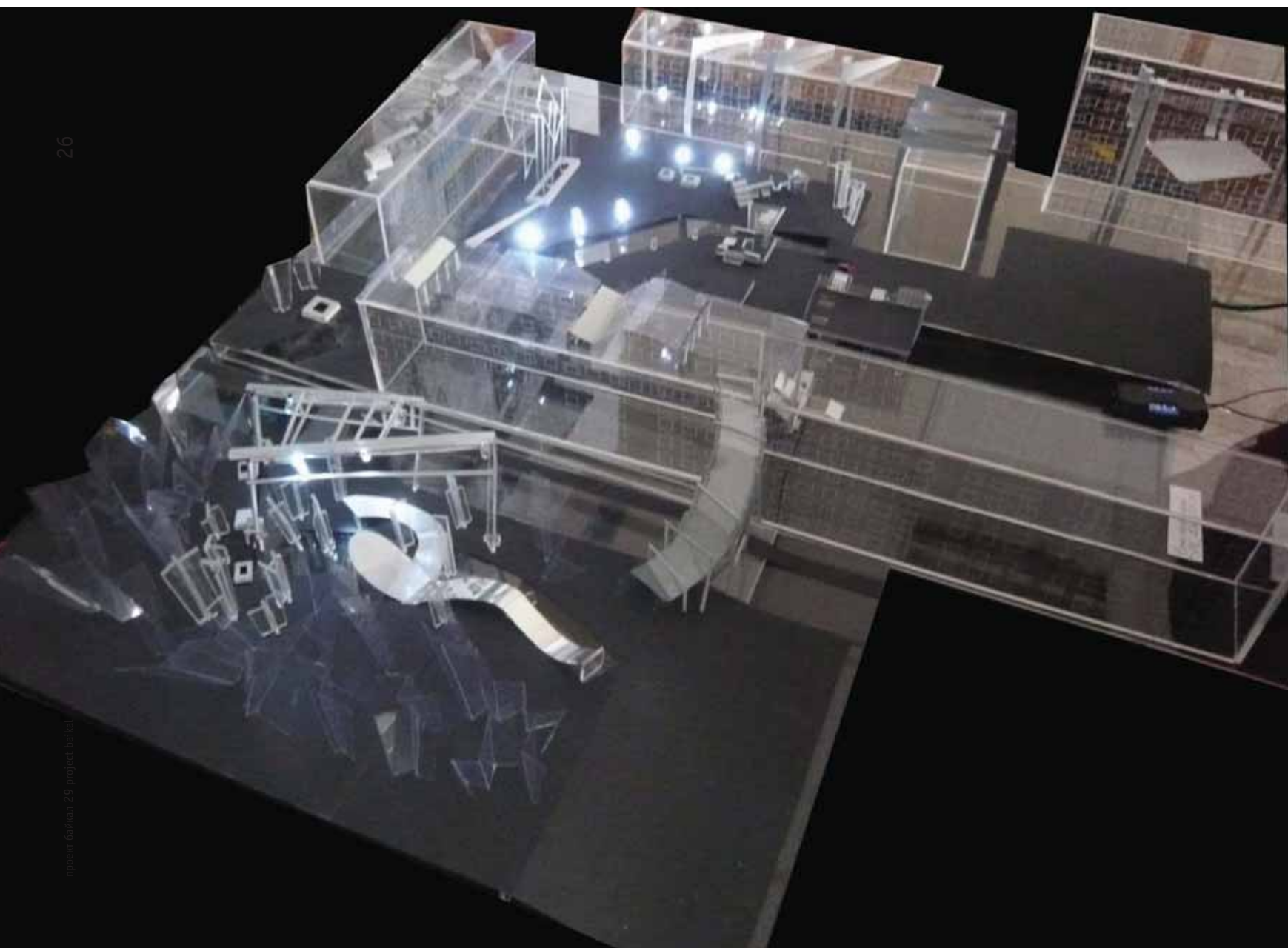
– **Традиционные культуры региона** как пространства культурной идентификации региона, системы традиционного жизнеобеспечения; культура семейских – образец существования норм в условиях культурной консервации.

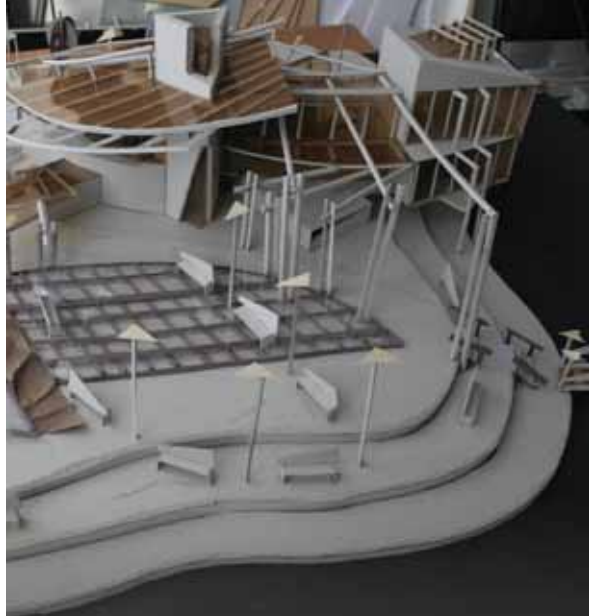
– **Провинциальный дизайн** – часть художественно-проектной культуры региона, способ создания художественно-привлекательной среды города, системы жизнедеятельности и жизнеобеспечения города, средства повышения качества жизни и системы индивидуализации.

– **Бренды городов** – идентификационные знаки / системы, современный способ идентификации места, способ повышения художественной привлекательности и создания образа урбанизированных и малонаселенных территорий.

– **Системы и атрибуты идентификации субъекта среды;** одежда как система идентификации субъекта и его самоосознания в корпусе культурных норм и представлений, как одна из систем самоопределения и способа самоидентификации субъекта.

По результатам этой части исследования подготовлена монография, учебное пособие с грифом УМО, цикл статей и публикации в каталогах выставок (около 40), выполнены авторские проектные разработки (и реализации) по заявкам муниципальных учреждений и частных фирм города и области (48 разработок), материалы представлены на фестивалях и выставках различного ранга.





^ Контекст и инновации: проект малого общественного здания. Кафе. Фото макета. Автор Ю. Рудых, рук. А. Ю. Ладейщиков, М. В. Корелина

v Праздник в городе как особая форма освоения и место-пространства: организация среды, разработка элементов оборудования. Автор Е. Ивернева, рук. А. Ю. Ладейщиков, М. В. Корелина

**3. Создание корпоративного имиджа предприятий города как важного условия формирования образа города, его архитектурного и художественного облика:**

– **Фирменный стиль** (корпоративная идентификация) как культурное пространство взаимодействия глобального и регионального, как комплексная система визуальной идентификации.

– **Корпоративный имидж – система идентификационных знаков** среды и городской культуры, форма отождествления и опознавания.

В рамках раздела выполнены предпроектные теоретические исследования для формирования идентификационных имиджевых систем ряда фирм и предприятий (более 50 проектов), подготовлены статьи и публикации в каталогах выставок и конкурсов (свыше 20), материалы представлены на фестивалях, форумах и выставках различного уровня (всего около 30).

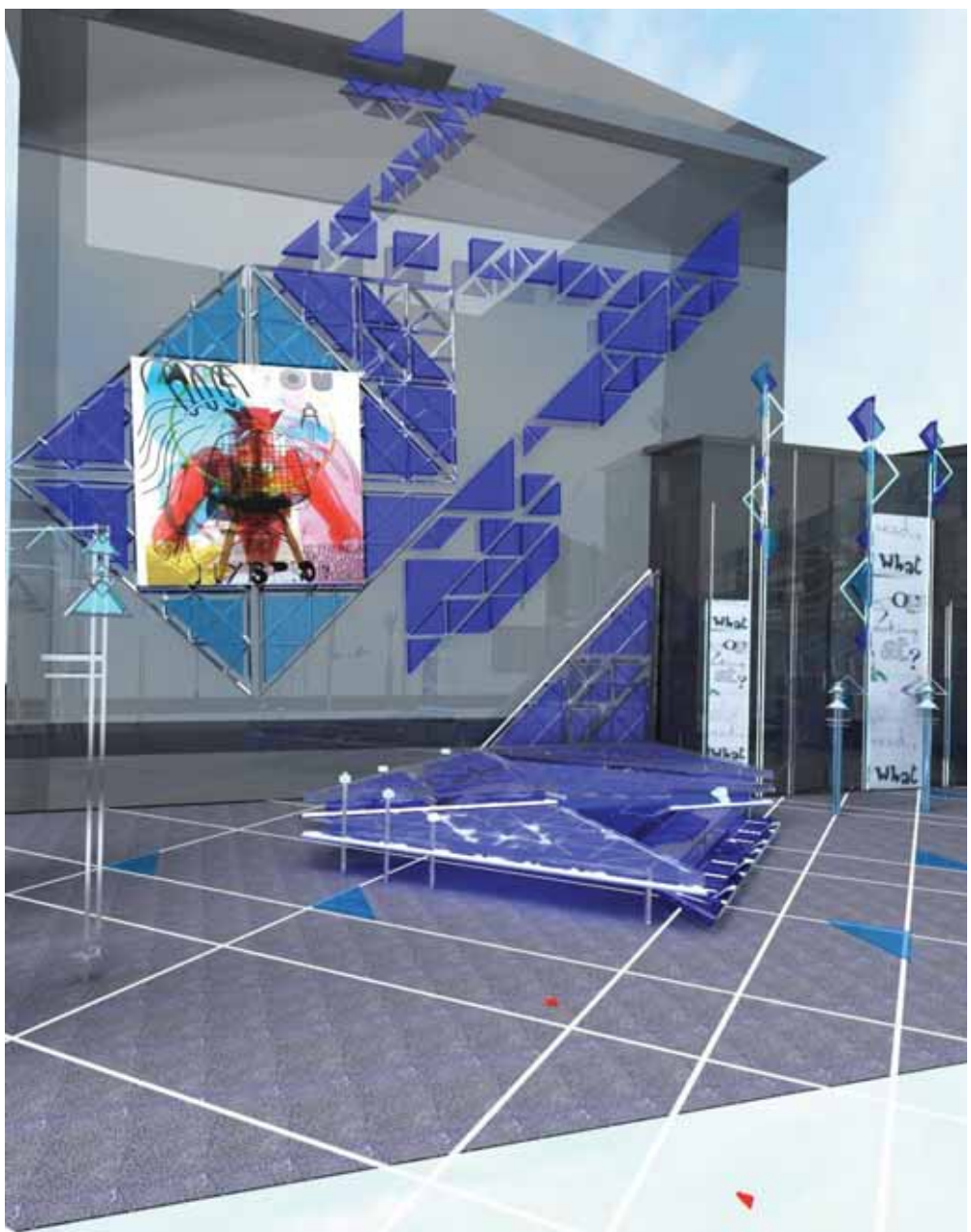
**4. Изучение художественно-проектной деятельности как формы личностного развития и становления общей культуры человека, разработка методик; творческий метод и индивидуальное творческое пространство:**

– **Художественно-пластический язык как знаковая система** и основа формирования образов.

– **Авторский художественно-проектный язык** как принцип построения особого авторского формопространства (индивидуальные творческие методики и технологии работы с материалами, специфические пространства взаимодействия художника-проектировщика и заказчика, учителя и ученика, особые системы самоидентификации каждого);

– **Специфика современной художественно-проектной культуры** и профессионального сознания (в эпоху информационных технологий).

– **Формирование художественно-проектного сознания и навыков профессионального языка** как необходимость совмещения креативности и навыков художественно-образного композирования с концептуально-прогностическим «прозрением». Четыре основополагающих компонента, служащие методологической основой для формулирования концепции художественно-проектного образования, база становления и раз-





^ Системы визуальной идентификации: «Корпоративная идентификация. «АверсПринт». Автор Е. Василевская, рук. А. А. Дурасов



^ Бренды городов: Иркутск самый солнечный город. Автор О. Киселева, рук. О. Е. Железняк, В. В. Дейкун

v Street art: светильники «Бык», автор И. Киселева, рук. Т. А. Ерошенко, А. В. Лукьянова; «Лев», автор Ю. Кручинина, рук. Т. А. Ерошенко, А. В. Лукьянова; скульптура «Семья», автор Т. А. Ерошенко

v Знаки города: фонтан «Водопроводный кран», автор М. Дородных, рук. В. В. Дейкун, С. В. Мурашова



вития творческой личности: развитие творческого потенциала; сложение «художественного видения»; приобретение навыков художественно-проектного ремесла; формирование основ проектного мышления.

По материалам этого блока исследований подготовлена кандидатская диссертация, 7 учебных пособий с грифом УМО, цикл статей (свыше 20) и публикации в каталогах выставок (около 70), выполнены авторские художественно-проектные работы (по живописи и графике, арт-объекты, объекты декоративно-прикладного искусства, работы по дизайну среды, дизайну костюма, графическому дизайну и др.), материалы представлены на фестивалях, конференциях, конкурсах и выставках различного уровня (всего более 60.)

В сегодняшнем проекте представляется часть исследования города как пространства культурной идентичности, изучения способов создания знаковых мест и образов среды для формирования жизнеспособного, художественно-привлекательного города. Идеалом современного развивающегося города является город,

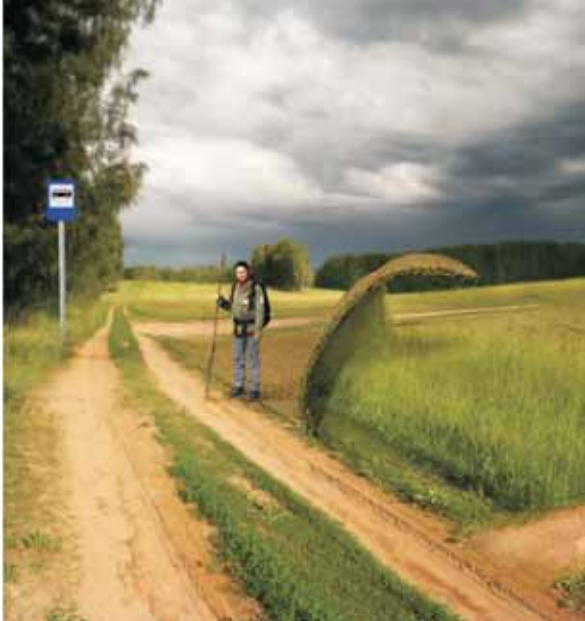
в котором «места» освоены и означены, который представляет собой своеобразный «конгломерат» субкультур, органично сосуществующих в рамках общих правил и норм, сохраняя и культивируя при этом собственный имидж и свою идентичность.

На это и ориентирована идеология комплексного проекта, выполняемого на кафедре дизайна для города Иркутска. Основные разделы проекта включают:

1. КОНЦЕПТЫ И СТРУКТУРЫ. Концепции формирования идентичности, развития территории, городской структуры и ее ключевых фрагментов. Городские бренды.
2. МЕСТА. Город как система «освоенных мест», городская среда и способы ее идентификации.
3. ЗНАКИ. Street art – знаки идентичности, знаки «места» и его мифологии; традиционные сюжеты и современные прочтения \ интерпретации, традиционная культура как ресурс идентичности.
4. ИМИДЖИ. Корпоративная идентификация предприятий города, разработка фирменного стиля как комплексной системы визуальной идентификации, ста-



Фонтан "Водопроводный кран"  
 Место расположения: сквер Академгородка ул. Тухометова, остановка 19 Школы  
 Материал: полированный гранит (белоснежный, проза (всё))  
 Размеры: D=5м, высота крана - 2м, глубина бассейна - 0,8м  
 Выполнила: Дородных Мария



^ Система идентификационных знаков среды:  
остановки «Угол», автор М. Тугарина,  
«Останки», автор М. Дородных, рук. В. В. Дейкун, С. В. Мурашова

новления благоприятного имиджа компании. Одежда как часть имиджа.

5. ПРАЗДНИКИ. Праздник как особая форма идентификации и создания образов, элементы праздничного оформления города, дизайн юбилейной полиграфической и сувенирной продукции.

6. ПРОСТРАНСТВА КУЛЬТУРЫ. Развитие региональной и городской профессиональной культуры как формы соотнесения «глобального» и «локального», выявления систем и атрибутов идентификации среды и культуры; художественно-проектная культура в эпоху новых технологий.

Научно-методические исследования:  
Художественно-проектная культура в эпоху новых информационных технологий : сборник научных трудов и каталог выставки (под ред. О. Е. Железняк, дизайн и компьютерная верстка С. В. Мурашовой, Н. В. Грогуль); О. Железняк, Т. Ерошенко. Культура народов: пространство интерпретаций; проект «Провинциальный дизайн» (ст. Л. А. Дурасова, руков. проф. О. Е. Железняк, доц. О. А. Игнатъева).

